

YouTube Video Senaryo & Çekim Checklist'i (v1.0)

Asset Amacı: Bu checklist, otellerin YouTube video reklamlarını "Hook-Kanıt-CTA" storyboard disipliniyle planlamasını sağlar. Bumper (6 sn) ve In-stream (15-30 sn) formatlarını, hedef pazar (ülke/persona) ve teknik ölçüm (UTM+GA4) adımlarıyla birleştirerek kampanya kurgusunu optimize eder.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama Ekibi, Ajans Performans Uzmanları ve Video Prodüksiyon Ekipleri.



“Video storyboard yapısı ve reklam hunisi (funnel) akış diyagramı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Storyboard Planlama:** Videonun ilk 5 saniyesini (Hook), orta bölümünü (Kanıt/Fayda) ve son bölümünü (Net CTA) kurgulayın.
- Hedefleme & Format:** Kampanya amacına göre formatı (Bumper/In-stream) ve hedef kitleyi (Ülke/İlgi alanı) seçin.
- Teknik QA:** Yayın öncesinde UTM standartlarını ve GA4 ölçüm entegrasyonunu checklist üzerinden doğrulayın.

Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

- [] **Konsept Odaklılık:** Her video tek bir konseptte (Aile, Lüks, SPA vb.) odaklanmalı.
- [] **Kritik İlk 5 Saniye:** İzleyiciyi tutacak 3 farklı hook alternatifi hazırlandı.
- [] **CTA Netliği:** Eylem çağrısı tek bir hedefe (Web sitesi, Teklif formu vb.) yönlendirilmeli.
- [] **Bumper Disiplini:** 6 saniyelik videolar "tek bir vaat"e indirgenmiş olmalı.
- [] **Pazar Ayrımı:** Ülke ve pazar bazlı (DE/RU/UK vb.) dil ve içerik setleri ayrıldı.
- [] **Teknik Entegrasyon:** UTM standartları tanımlandı, GA4'te test edildi ve sayfa hızı (lazy-load) notları uygulandı.

Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

YouTube reklamlarında karşılaşılan ana sorunlar için hızlı müdahale planı:

Problem	Kök Neden	Çözüm
İzlenme düşük	Hook zayıf	İlk 5 saniyede konsepti ve destinasyonu netleştir
Trafik var, dönüşüm yok	CTA / Landing uyumsuzluğu	Tek CTA kullan ve uygun landing sayfasına remarketing bağla
Ölçüm tutarsız	UTM / GA4 eksikliği	UTM standardı oluştur ve GA4 kanal grubunu düzenle
Bütçe boşa gidiyor	Persona belirsizliği	Ülke, ilgi alanı ve remarketing segmentlerini kullan

14 Günlük Sprint Planı (Gün 1–14)

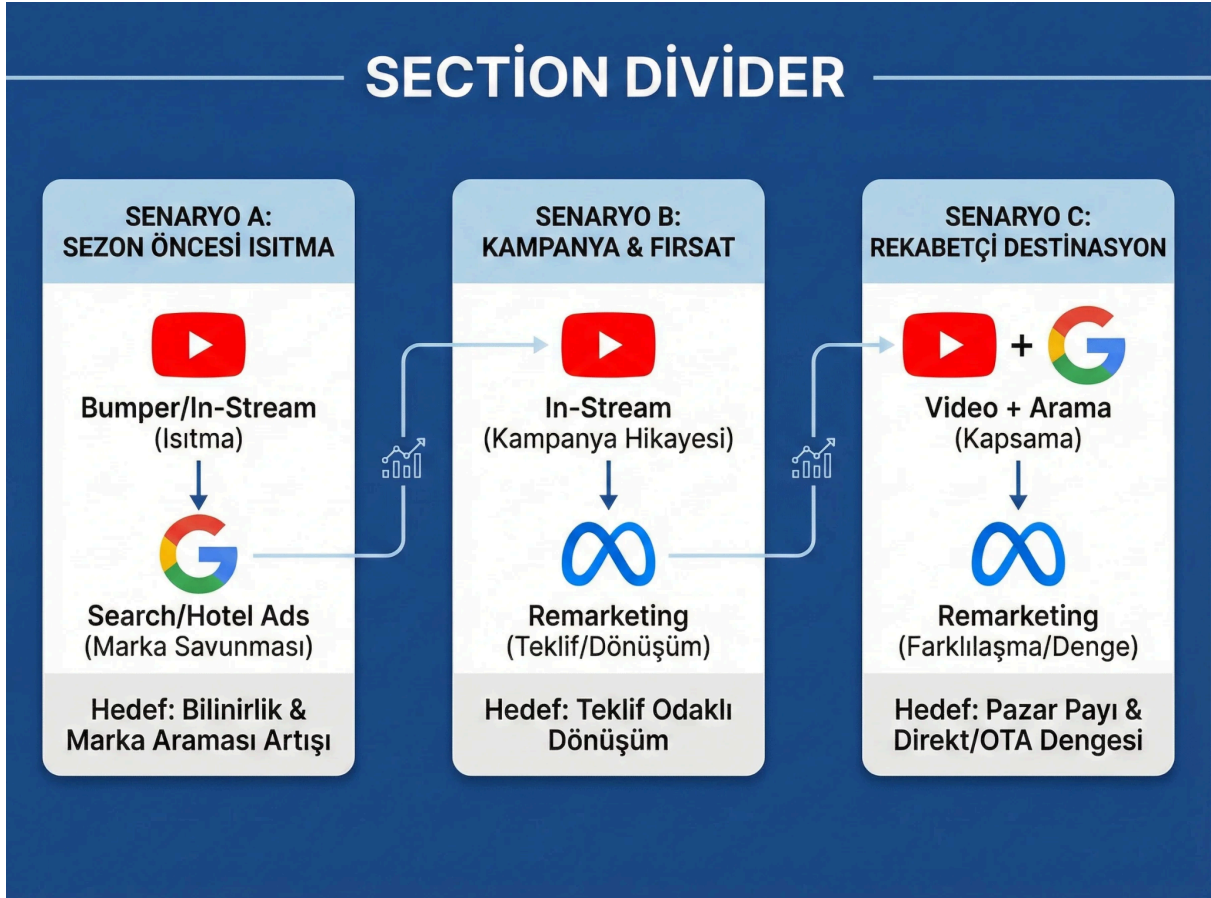
- **Gün 1–4:** Ülke/Persona planlaması, storyboard yazımı ve çekim listesinin oluşturulması.
- **Gün 5–7:** Video çekimi, 6 sn bumper kesitlerinin hazırlanması ve UTM/GA4 doğrulamasıyla pilot yayın.
- **Gün 8–11:** In-stream optimizasyonu ve Google/Meta remarketing segmentlerinin sisteme bağlanması.
- **Gün 12–14:** Looker Studio üzerinden veri analizi, kreatif yorgunluk kontrolü ve pazar bazlı ölçekleme kararı.

Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

KPI	Önce	Sonra	Not
VTR (İzlenme Oranı)	—	—	Hook etkisini ölçer
CPV / CPM	—	—	Hedefleme başarısını ölçer
Direct / Brand Trend	—	—	Senaryonun marka etkisini ölçer
Remarketing CVR	—	—	Isınmış kitlenin dönüşüm oranı

Deliverables

Bumper & In-stream Storyboard Şablonu, Ülke Hedefleme Planı, UTM Ölçüm Standardı, 3 Farklı Kampanya Seti Önerisi.



“Video çekim hazırlığı ve teknik QA checklist kartı.”